

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

**YUDI AGUNG SEPTIAWAN**

**201310160311321**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2017**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:  
**YUDI AGUNG SEPTIAWAN**  
**201310160311321**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2017**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Kampus 3  
Pengguna Sepatu Vans Imitasi)**

Oleh:

**Yudi Agung Septiawan**

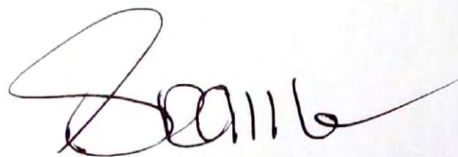
**201310160311321**

Malang, 27 September 2017

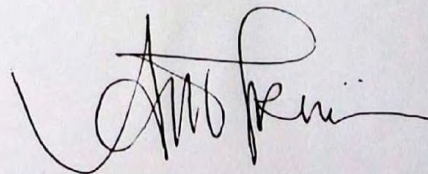
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ratih Juliati, Dra., M.Si.



Sri Nastiti Andharini, Dra., M.M.



## SKRIPSI

# PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI

Oleh :

**Yudi Agung S.**  
201310160311321

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 31 Oktober 2017


Pembimbing I,



**Dra. Ratih Juliati, M.Si.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Pembimbing II,

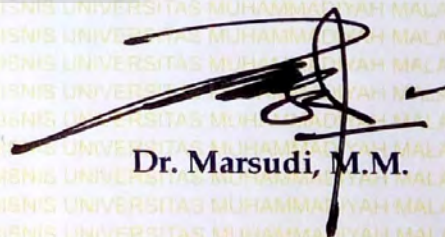


**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Ketua Jurusan,



**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**



**Dr. Marsudi, M.M.**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yudi Agung S.

NIM : 201310160311321

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 31 Oktober 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.


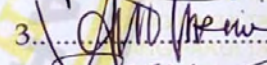
Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dra. Ratih Juliati, M.Si.

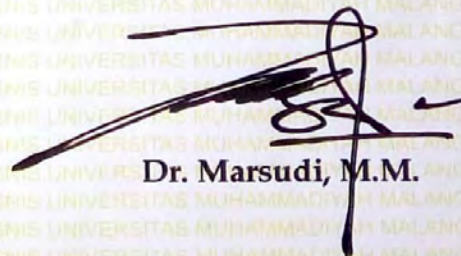
1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Marsudi, M.M.





# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan  
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435  
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: [feb@umm.ac.id](mailto:feb@umm.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Selasa 31 Oktober 2017

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : YUDI AGUNG SEPTIAWAN  
No. Induk : 201310160311321  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS  
IMITASI

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Marsudi, M.M.	74	
2.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	75	
3.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	77	
4.	Dra. Ratih Juliati, M.Si.		

Nilai rata-rata : 75 / B+

Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)

Kategori : Layak / Tidak Layak \*)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui  
a.n. Dekan FEB-UMM,  
Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, 31 Oktober 2017  
Ketua Tim Penguji,

Dr. Marsudi, M.M.

Ket: \*) Coret yang tidak perlu





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Raya Tlogomas 246 Telp.0341-464318 Pes.214 Malang, 65144

## DAFTAR PERUBAHAN DRAF

**Nama Mahasiswa : YUDI AGUNG SEPTIAWAN**

**NIM : 201310160311321**

No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	Revisi semua catatan kaki - Liputan 2 Draft Menja		12/11/17 Draib
2	Dasar panti laka populasi		12/11/2017
3	Perubahan	13/12/17	13/12/17



## KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

JURUSAN MANAJEMEN  
FE-UMM

NAMA : YUDI AGUNG SEPTIAWAN

NIM/IPK/Konsent : 201310160311321 / 2.95 / PEMASARAN

Tgl. SK Bimbingan : .....

Alamat/Tlp/HP : Jl. Tato Utomo Gang 4 NO.16

085730074644

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(SEPATU IMITASI)

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
2/12/2016	Latar Belakang (Fenomena) Perbanyak Teori <i>Rumusan masalah.</i>		
<del>7/12/2016</del>	Urutan Latar Belakang Gambar		
<del>16/12/2016</del>	Hasil Pra Riset Sendiri		
9/12/2016	* Latar belakang (Fenomena) Fenomena di sertakan Sumber	<i>Spratu</i>	
18/2/2017	Latar belakang (kegunaan Penelitian)		
	Latar Belakang (Tujuan)		
	Tinjauan Pustaka (Penelitian Terdahulu)		
	— II — (Gambar dari model)		
	— II — (Indikator diperbanyak)		
	— II — (Teori Citra Merek & Gaya hidup <i>kurang</i> )		
	Populasi dan, Sampel, Responden		
	Definisi <sup>operasional</sup> Variabel.		
	Teknik Analisis Berganda		

Sibah majin ijin proposal

12/17  
2



Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
			WSP
27/2	diperbaiki → skripsi semi-		WSP
	na		WSP
10/3	pelaksanaan sempro		WSP
24/3	buat bab I - III		WSP
	- perbaikan mulai LB.		
	- inisiatif - draft paragraf		
1/4	perbaikan dari bab I - III		WSP
17/4	uji coba instrumen → 30 kesp.		WSP
29/5	hasil sdh valid / reliabel		WSP
	lanjutan v/ seminar kespade		
	→ perbaikan bab IV		
	→ ke pembimbing yg satungga		

Pembimbing I

Malang, .....  
Pembimbing II



KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : YUDI ABUNG S

NIM/IPK/KONSENTRASI : 201310160311321 / PEMASARAN

Tgl. SK Bimbingan : .....

Alamat/Tlp/HP : .....

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
UANG IMITASI

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	Mengapa dan tujuan sendiri		
	Letak Citra Merek		
	Indikator keputusan pembelian		
	Penentuan populasi, Sampel, Responden		
31/8	revisi bab I - III		
	menyaji coba 30		
	resp. ?		
18/10	- revisi bab I - III ?		
	-		
20/11	revisi mulai bab III - V		
	→ cek + lengkapi		



Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	Gambaran umum Daerah penelitian. Deskripsi Jawaban ( <sup>trial</sup> model <sup>model</sup> <sup>model</sup> ). <del>Catatan</del> uji asumsi klasik.	[Signature]	
	Deskripsi Batasan Penelitian Saran	[Signature]	
24/10	Silahkan maju ujian lisan 24/10 '17 dilempahi / halaman belum lengkap bab IV - V	[Signature]	[Signature]
28/10	siapa maju	[Signature]	[Signature]



Tanggal	Revisi/perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II

Pembimbing I

*[Signature]*

Malang, .....

Pembimbing II

*[Signature]*





## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Yudi Agung Septiawan**  
NIM : 201310160311321  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir dengan judul **"PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS IMITASI (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)"**, adalah hasil karya saya dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip, dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata didalam tugas akhir ini terdapat unsur-unsur **PLAGIASI** saya bersedia **TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**. Serta diproses sesuai dengan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF**.

Dengan demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Januari 2018  
Yang Membuat Pernyataan,



Yudi Agung Septiawan  
NIM: 201310160311321



## KATA PENGANTAR

Assalamuailakum Wr. Wb

Alhamdullillahi robbilalamin, saya panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kelancaran kepada saya untuk melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Imitasi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Kampus 3 Pengguna Sepatu Vans Imitasi)”. Maksud dan tujuan penulisan skripsi dengan judul tersebut guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini dalam penulisannya tentu banyak mengalami hambatan. Namun, dengan saran, masukan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Ungkapan syukur dan terima kasih saya ucapkan kepada yang terhormat:

1. Drs. H. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Ida Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang



3. Dr. Marsudi M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dra. Ratih Juliati, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiaannya untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini
5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiaannya untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini
6. Dra. Dewi Nurjannah M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Karbi dan Ibu Sri Subekti atas doa, dukungan, masukan, motivasi, pengorbanan, cinta dan kasih sayang beliau yang tidak pernah terputus.
9. Kakak saya, Novita Dewi Kurniawati dan Huda Bagus Kurniawan, yang memberikan dukungan, motivasi dan bantuan setiap membutuhkan saat menemui kesulitan.



10. Sahabat-sahabat saya (Afrizal, Emir, Hafiz, Maul, Wasil) yang selalu memberikan saran, masukan, dukungan, motivasi, inspirasi, berbagi ilmu, dan tempat berkeluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa, dukungan, dan motivasi hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya.

Wassalamualiakum, Wr. Wb.

Malang, 25 Oktober 2017

Penulis,

Yudi Agung Septiawan



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	9
B. Landasan Teori .....	10
1. Perilaku Konsumen	
a) Definisi Perilaku Konsumen .....	10
b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
2. Keputusan Pembelian	
a) Definisi Keputusan Pembelian .....	15
b) Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	15
c) Indikator Keputusan Pembelian .....	18
3. Citra Merek	
a) Definisi Merek .....	18
b) Definisi Citra Merek .....	21



c) Indikator Citra Merek .....	21
4. Gaya Hidup	
a) Definisi Gaya Hidup.....	22
b) Nilai dan Gaya Hidup.....	24
c) Indikator Gaya Hidup .....	25
C. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian.....	29
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Penentuan Sampel .....	29
D. Definisi Operasional Variabel.....	31
E. Jenis dan Sumber Data .....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Skala Pengukuran Data .....	33
H. Teknik Pengujian Instrumen	
1. Uji Validitas .....	33
2. Uji Reliabilitas .....	34
3. Analisis Indeks <i>Three Box Methods</i> .....	34
I. Teknik Analisis Data.....	35
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
2. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Normalitas.....	36
b. Uji Multikolinearitas .....	36
c. Uji Heteroskedastisitas.....	37
d. Uji Autokorelasi.....	37
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
J. Uji Hipotesis	
1. Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	38



2. Pengujian Secara Parsial (Uji T) .....	39
3. Penentuan Variabel Bebas yang Mempunyai Pengaruh Dominan .....	39
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	41
B. Gambaran Karakteristik Responden .....	42
1. Usia Responden.....	42
2. Jenis Kelamin Responden .....	43
3. Semester Ditempuh Responden .....	43
C. Distribusi Jawaban Responden .....	44
1. Distribusi Jawaban Variabel Citra Merek.....	45
2. Distribusi Jawaban Variabel Gaya Hidup .....	46
3. Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian .....	47
D. Uji Instrumen Penelitian .....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
E. Hasil Analisis Data .....	
1. Uji Asumsi Klasik.....	50
a. Uji Normalitas .....	50
b. Uji Multikolinieritas.....	51
c. Uji Heterokedastisitas .....	52
d. Uji Autokorelasi.....	52
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
3. Koefisien Determinasi.....	56
F. Pengujian Hipotesis.....	56
1. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	56
2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	58
a. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	58
b. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian .....	58



3. Hasil Uji Hipotesis Variabel Bebas yang Paling Dominan	59
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk yang Sering Dipalsukan di Indonesia .....	2
Tabel 1.2	Produk Terlaris Saat Harbolnas .....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2.2	Inventarisasi Gaya Hidup .....	24
Tabel 2.3	Karakteristik Kelompok Konsumen .....	25
Tabel 3.1	Operasional Variabel .....	31
Tabel 3.2	Penentuan Skor Jawaban Kuesioner .....	33
Tabel 3.3	Rentang Skala .....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Ditempuh .....	44
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Menurut Variabel Citra Merek .....	45
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Menurut Variabel Gaya Hidup .....	46
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Menurut Variabel Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov) .....	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson) .....	53
Tabel 4.13	Pengobatan Autokorelasi .....	53
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.17	Tabel Uji F .....	57
Tabel 4.16	Hasil Uji T .....	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Dominan .....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen .....	11
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran .....	26



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Data Penelitian Variabel Bebas dan Terikat
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Output Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Hasil Nilai Koefisien Determinasi
Lampiran 8	Hasil Pengujian Hipotesis





## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (1997), *Consumer Behaviour and Marketing Action*, 6/e, NY: Internasional Thomas Publishing Company.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Devi K. Anastasia, dkk. 2010. *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi*, h: 1-10
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23". Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gobel, Rahmat. 2015. *Indonesia Surga Barang Palsu* (Online) <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-surga-barang-palsu.html> (diakses Desember 2016)
- Juni & Edwar. 2013. *Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas*, h: 1-16
- Kasali, Rhenald. 2003. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Cetakan kelima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Buku 2. Diadaptasi oleh A.B. Susanto. 2001. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Line. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Low, George S & Charles W. Lamb Jr. 2000. *The Measurement and Dimensional of Brand Associations, The Journal of Product and Brand Management*, Vol.9, Pg. 350.
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Erlangga. Jakarta
- Priyatno, Dwi. 2012. "Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS". Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Prasetyaningsih, Erlita & Diah Fistiani Sukardiman. (2015). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan*

- Pada Wanita Karir di Jakarta dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 1 no. 3 2015.
- Rangkuti, F.2004. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*. Edisi ke-7. New York: Prencice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen Kencana*. Jakarta.
- Simamora. B. 2004. *Riset Pemasaran, Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp et al. 2000. "Consumer Ethnocentrism: Construction and Validition of the Cetcale". *Journal of Marketing Research*, 24 (8), 280-9
- Stanton, Wiliam J. dan Y. Lamarto. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-7. Jakarta: Erlingga
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A.B (2010). *Membidik Gaya Hidup*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group, pada halaman <http://www.jakartaconsulting.com/art-01-11.htm>, diunduh pada tanggal 20 Januari 2010.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tukijan. 2011. "Peningkatan Sepatu Meningkat Akhir Tahun" (Onile) <http://www.antarajatim.com/lihat/berita/79065/aprisindo-permintaan-sepatu-meningkat-akhir-tahun> (diakses Desember 2016).
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)*. Malang: UMM Press.
- Widodo. 2015. "Dari Pada Merek Mewah Tapi Palsu, Konsumen Baiknya Beli Produk Lokal" (Online) <https://www.merdeka.com/uang/dari-pada-merek-mewah-tapi-palsu-konsumen-baiknya-beli-produk-lokal.html> (diakses Desember 2016)